مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال سیزدهم، شمارهٔ ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹٤، شمارهٔ پیاپی ۲۵

شناسایی پهنه‌های مناسب جهت ایجاد مراکز اقامتی- سیاحتی در شهر بجنورد (با استفاده از مدل ANP)

علی‌اصغر کدیور (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور فریمان، فریمان، ایران)
aliasghar_kadivar@yahoo.com
جمیله محمدزاده الهوردیخانی (مدرس مدعو جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور فریمان، کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور مشهد، مشهد، ایران، نویسندهٔ مسؤول)
jamile_64zade@yahoo.com

صص ۲۲۵-۲۰۱

چکیده

اهداف: جریان گردشگری براساس عرضهٔ محصول گردشگری شکل می‌گیرد و توسعه می‌یابد. مراکز اقامتی و استراحتگاهی یکی از عوامل اصلی تسهیل‌کنندهٔ جذب گردشگر برای استفاده از محصول گردشگری یک ناحیه است. مکان‌یابی بهینهٔ مراکز اقامتی به‌ویژه در شهرها و نواحی که گذرگاه گردشگران محسوب می‌شوند، نقش مهمّی در استفادهٔ گردشگران از این مراکز دارد. شهر بجنورد و نواحی پیرامون آن به دلایل مختلف از جمله گذرگاه اتّصال نواحی شرقی و شمال‌شرق، طبیعت زیبا و همچنین جاذبه‌های فرهنگی، ظرفیّت بالایی برای عرضهٔ محصول گردشگری به طبقات مختلف اجتماعی در سطح ملّی و بین‌المللی دارد. مسألهای اساسی که تاکنون کمتر به آن توجّه شده است، استفادهٔ بسیار محدود از ظرفیّت‌های اقتصادی خیل عظیم گردشگران برای ایجاد توسعه و رونق اقتصادی در شهر بجنورد و حومه به دلیل کمبود مراکز اقامتی و تسهیلاتی است.

روش: روش تحقیق توصیفی- تحلیلی با هدف کاربردی است که به کمک مطالعات اسنادی – میدانی و از طریق فرایند تحلیل شبکه‌ای و استفاده از نرم‌افزار (GIS) صورت گرفته است.

یافته‌ها/ نتایج: نتایج پژوهش نشان می‌دهد معیارهای اقتصادی با ضریب اهمّیت ۰/۲۵۲ بیشترین و معیارهای اجتماعی با میزان ۰/۰٦۷ کمترین تأثیر را در مکان‌یابی مراکز اقامتی به خود اختصاص داده‌اند که بر این اساس چهار پهنهٔ مناسب شامل قسمتی از محدودهٔ مرکز شهر، موقعیّت‌هایی در محدودهٔ گردشگری باباامان، پهنه‌ای در منطقهٔ توریستی بش‌قارداش

تاریخ دریافت: ۱۳۹٤/٥/۱۹ تاریخ تصویب: ۱۳۹٤/۹/۱۰

و قسمتی از محدودهٔ غربی شهر در مسیر جادهٔ شمال، جهت ساخت مراکز اقامتی شناسایی و معرّفی شده است.

نتیجه‌گیری: در نظام برنامه‌ریزی به منظور جذب گردشگران و افزایش زمان اقامت آن‌ها شهر باید به معیارهایی همچون دسترسی آسان مسافران، نزدیکی به مراکز خرید، نزدیکی به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و غیره توجّه ویژه‌ای مبذول داشت که این مهم با مکان‌گزینی بهینهٔ مراکز اقامتی محقّق خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، مکان‌یابی مراکز اقامتی، تحلیل شبکه‌ای، شهر بجنورد.

۱. مقدمه

جهانگردی پدیده‌ای است کهن که ریشه در فرخنای تاریخ دارد، امّا گردشگری با هدف استراحت، آسایش، تمدّد اعصاب و لذّت بردن از طبیعت و مکان‌های بکر عملاً از اواسط قرن نوزدهم میلادی، همزمان با گسترش خطوط ریلی شکل گرفت (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۵، ص. ۱). در اواخر دههٔ ۱۹۸۰ با پیدایش نحله‌های اقتصاد پست‌مدرن در جهان توسعه‌یافته و همچنین اهمیّت‌یافتن هرچه بیشتر فعالیّت‌های خدمات پایه به‌عنوان اهرمی مهم در توسعهٔ کشورها و مناطق، جریان گردشگری مورد توجّه و تأکید برنامه‌ریزان و مدیران قرار گرفت (هانتر[1]،۱۹۹۲، ص. ۲۷). زیرا در این زمان گردشگری در حال تبدیل‌شدن به فعالیّتی با وسیع‌ترین رشد در مقایسهٔ با سایر فعالیّت‌های اقتصادی در جهان بود و پیش‌بینی می‌شد در قرن بیست‌ویکم بزرگ‌ترین بخش تجارت جهانی را به خود اختصاص خواهد داد (هانتر، ۱۹۹۷، ص. ۷۷). در همین ارتباط براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری (WTO) در سال ۲۰۱٤ میلادی تعداد گردشگرانی که اقدام به سفر خارجی کرده‌اند به ۱۱۳۳ میلیون نفر رسیده و حجم پولی که این گردشگران در سطح کشورهای جهان جابه‌جا کرده‌اند به رقم ۱۲٤٥ میلیارد دلار رسیده است و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۳۰ این رقم به بیش از ۲۰۰۰ هزار میلیارد دلار برسد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱٤). بر همین اساس دولت‌ها سعی دارند جریان گردشگری را به‌عنوان یک منبع درآمد و اشتغال مورد توجّه جدی‌تری قرار دهند.

---

1. Hunter

گردشگری همانند سیستمی است که به تبع آن عناصر و اجزایی دارد که با ترکیب یکدیگر کلیّتی را به وجود می‌آورند (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸، ص. ۵۲). درک درست هر سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیّت آن نیازمند است، بر این اساس نظام گردشگری متشکل از جاذبه‌ها و فعالیّت‌های توریستی، مراکز اقامتی، تسهیلات و خدمات حمل‌ونقل، تأسیسات زیربنایی، تسهیلات و خدمات توریستی است (اینسکیپ[1]، ۱۹۹۱، ص. ۳۱). این‌ها عناصر گردشگری را تشکیل می‌دهد که به دو بخش مکمّل یکدیگر تقسیم می‌شوند. جاذبه‌ها اساس جریان گردشگری را تشکیل می‌دهد و خدمات و امکانات مکمّل جاذبه‌ها است که برای رفاه گردشگران لازم است. تأسیسات اقامتی یکی از نیازهای ضروری بخش گردشگری است که هر شهر بزرگ و توریستی به آن نیاز دارد. افرادی که به‌عنوان گردشگر وارد شهر می‌شوند مکانی را برای استراحت و اقامت انتخاب می‌کنند این مکان، کانون اصلی گردشگران را تشکیل می‌دهد؛ بنابراین گردشگران ضمن توجّه به خدمات هتل‌ها مانند درجه و کیفیت هتل، نزدیکی خدمات جانبی به مراکز اقامتی را برای کاهش هزینه‌ها و آسایش بیشتر مورد توجّه قرار می‌دهند.

مراکز اقامتی به‌عنوان مبدأ و مقصد گردش‌های روزانه در شهر از اهمیّت بسیار بالایی برخوردار است. نحوهٔ قرارگیری «مکان‌یابی» مراکز اقامتی در فضای شهر، بسته به پراکنش و توزیع فضایی آن‌ها می‌تواند کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران را در استفاده از این مراکز به همراه داشته باشد. به طوری که هرچه فاصلهٔ مراکز اقامتگاهی از مرکز شهر و جاذبه‌های گردشگری بیشتر باشد، هزینهٔ پرداختی گردشگر افزایش می‌یابد و انگیزهٔ گردشگران برای اقامت در این نوع مراکز اقامتی را کاهش خواهد داد (لاو[2]، ۱۹۹۹، ص. ۱۹). بنابراین در پردازش امکانات و تسهیلات اقامتی توجّه به چگونگی مکان‌یابی و ساماندهی فضایی چه در مقیاس جغرافیایی و چه در مقیاس مکان اقامت، مثل هتل‌ها و رستوران‌ها در الویّت برنامه‌ریزی قرار دارد (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۵، ص. ۱۲۸).

1. Inskeep
2. Low

مکان‌یابی فرایندی است که با ارزیابی محیط فیزیکی ضمن تأمین شرایط مناسب، فعالیّت‌های انسانی را پشتیبانی می‌کند و مکان‌یابی بهینه سعی دارد با قانونمندکردن شاخص‌ها و عوامل تأثیرگذار در تصمیم‌گیری و یافتن راهکارهای منطقی، تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان را در انتخاب مکان‌های مناسب برای انجام فعالیّت‌ها یاری رساند. این عملیات بدون در نظر گرفتن روابط مکانی و ژئومتری فضا، نتایج نامناسبی به دنبال دارد (سلیمی و سلطان‌حسینی، ۱۳۹۱، ص. ۵۹).

موقعیّت «مکان‌یابی» مراکز اقامتی در فضای شهر، بسته به پراکنش و توزیع فضایی آن‌ها می‌تواند کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران را در استفاده از این مراکز به همراه داشته باشد. به طوری که هرچه فاصلهٔ مراکز اقامتگاهی از مرکز شهر، جاذبه‌های گردشگری و سایر دسترسی‌های مورد نیاز گردشگران بیشتر باشد، هزینهٔ پرداختی گردشگر افزایش می‌یابد و انگیزهٔ گردشگران برای اقامت در این نوع اقامتگاه‌ها کاهش می‌یابد (لاو، ۱۹۹۹، ص. ۱۹). بنابراین مکان‌یابی مراکز استراحتگاهی به‌ویژه در شهرهای گذرگاهی باید اصولی و دقیق صورت گیرد و در محلّی احداث شود که در دید و دسترس مسافران باشد و حتی‌الامکان در نزدیکی جادهٔ اصلی و تقاطع جاده‌ها، فرودگاه‌ها، مراکز تجاری و یا تفرجگاه‌ها باشد (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸، ص. ۵۲). زیرا خدمات اقامتی شکل‌گرفته به شدّت بر شکل و کارکرد شهر تأثیر می‌گذارند و جزئی از فرایند شهر به حساب می‌آیند (باریت[1]، ۱۹۵۸، ص. ۲۵) و بر همین اساس است که تصویر شهر به‌عنوان یک مقصد گردشگری به شدّت تحت تأثیر هتل‌ها و سایر خدمات ایجاد شده است و تعداد هتل‌ها و مکان‌های اقامتی خوب، کیفیت مقصد گردشگری را نشان می‌دهد (کورنا[2]، ۱۹٦۸، ص. ۳۸).

سرزمین کهن ایران با طبیعتی متنوّع و زیبا، فرهنگی غنی، تاریخی ارزشمند و پویا و همچنین وجود یک میلیون و دویست هزار اثر تاریخی به زعم اکثر صاحب‌نظران گردشگری، از حیث ظرفیّت و تنوّع جاذبه‌های گردشگری در زمرهٔ ۱۰ کشور برتر دنیا است و در آسیا بعد

1. Barrett
2. Khurana

از هند در رتبهٔ دوم قرار دارد، امّا بر اساس آمارهای رسمی و غیررسمی از لحاظ جذب و درآمد گردشگری در جایگاه مطلوبی قرار ندارد (ارمغان، ۱۳۸٦، ص. ۲۲۷). از آن‌جایی که در حال حاضر به دلیل مسایل فرهنگی و سیاسی امکان جذب انبوه گردشگران خارجی به کشور فراهم نیست، توجّه به ظرفیّت‌های گردشگری داخلی و ساماندهی آن می‌تواند زمینهٔ ایجاد شغل و درآمد را برای بخشی از ساکنین نواحی مختلف کشور به‌ویژه مناطق برخوردار از جاذبه‌های گردشگری به وجود آورد. آمار و ارقام نشان می‌دهد در حال حاضر با وجود حجم گسترده‌ای از سفرهای داخلی که در طول سال انجام می‌گیرد، این سفرها منجر به تحوّل اساسی در زمینهٔ ایجاد شغل و درآمد برای بیشتر نواحی کشور نشده است؛ زیرا بیشتر گردشگران داخلی توان پرداخت هزینه‌های بالای مراکز اقامتی و رستوران‌ها را ندارند. علاوه بر این توزیع فضایی گردشگران از نظر زمانی و مکانی نامتعادل و نامناسب است؛ به‌عنوان مثال در سال ۱۳۹۰ بیش از ۱۱ میلیون از ۲۱ میلیون خانوار ساکن در کشور اقدام به سفر منجر به اقامت شبانه کرده‌اند که ٦۰ درصد آن‌ها به ۲۰ شهرستان سفر کرده و سفر ٤۰ درصد به ٤٥۰ شهرستان دیگر اختصاص یافته است (ارمغان، ۱۳۸٦، ص. ۱۸٥).

شهر بجنورد[1] مرکز استان خراسان شمالی به دلایل مختلف از جمله گذرگاه اتّصال نواحی شرقی به‌ویژه شهر مشهد به سواحل شمالی، طبیعت زیبا و آب‌وهوای مفرّح و همچنین جاذبه‌های متنوّع فرهنگی، ظرفیّت قابل توجّه‌ای برای ارایهٔ محصول گردشگری به حدود ۱٥ میلیون گردشگری که سالانه از مسیر این شهر عبور می‌کنند دارد (فرمانداری شهرستان بجنورد، ۱۳۹۲) امّا این شهر تاکنون عموماً عهده‌دار نقش مواصلاتی و گذرگاهی بوده و نتوانسته از فرصت‌ها و ظرفیّت‌های گردشگری موجود به‌عنوان یک منبع اشتغال و درآمد بهره ببرد. این در صورتی است که با تشکیل استان خراسان شمالی و تعیین شهر بجنورد به‌عنوان مرکز استان، روند مهاجرت‌ها به این شهر افزایش یافته و فقر و بیکاری و مشاغل کاذب به‌طور گسترده‌ای در این شهر خودنمایی می‌کند. مطالعات و بررسی‌های اوّلیه نشان می‌دهد از مهم‌ترین مشکلاتی که مانع از جذب گردشگران و افزایش زمان ماندگاری آن‌ها در این شهر شده، کمبود مراکز اقامتی- سیاحتی و عدم ساماندهی مختصر امکانات موجود در این

1.www.wikipedia-org.blogsky.com, a vaylbel in 2015

شهر است؛ زیرا در شهرهای میانی و کوچک ایران کمتر به ساخت مراکز اقامتی توجّه شده و مختصر سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده نیز بدون درک و شناخت بازار تقاضا و ایجاد جاذبه‌های لازم برای گردشگران صورت گرفته در نتیجه ظرفیّت‌های ایجادشده کمتر مورد استقبال گردشگران قرار می-گیرد؛ بنابراین این پژوهش با هدف شناسایی معیارهای مناسب به‌منظور شناخت موقعیّت‌های مستعد برای استقرار مراکز اقامتی جدید با جاذبه‌های لازم برای اقامت و ماندگاری گردشگران در شهر بجنورد تدوین شده و سعی در شناخت بازار عرضه و تقاضای گردشگری برای تحقق این هدف مهم دارد؛ بنابراین با توجّه به مجموعه‌ای از مسائل و مشکلات موجود که به بخشی از آن‌ها اشاره شد، این پژوهش در پی پاسخ‌دادن درخور به سؤالات زیر است:

- چه معیارهایی می‌تواند در مکان‌گزینی و ساخت مراکز اقامتی- سیاحتی شهر بجنورد و حومه دارای اهمیّت باشد که باعث جذب گردشگران به این اماکن شود؟
- پهنه‌ها و مراکز مساعد و مناسب احداث مراکز اقامتی- سیاحتی در شهر بجنورد و حومه کدامند؟

۲. پیشینهٔ تحقیق

شناسایی مکان‌های مستعد برای توسعهٔ فعالیّت‌های توریستی به‌ویژه شناخت و معرّفی موقعیّت-های مناسب برای ساخت مراکز اقامتی گردشگری از معروف‌ترین و گسترده‌ترین کاربردهای سیستم اطّلاعات جغرافیایی (GIS) است. سوابق جهانی نشان می‌دهد کاربردهای ساج در زمینه برنامه‌ریزی در مدیریت توریسم برای اوّلین بار در اوایل دههٔ ۱۹۹۰ میلادی آغاز شد، ولی توسعهٔ آن همانند سایر زمینه‌ها سریع نبوده است (فرج‌زاده‌اصل، ۱۳۸۷، ص. ۷۹). تاکنون در ایران و جهان مطالعات بسیاری پیرامون مکان‌یابی فعالیّت‌ها از طریق ساج صورت گرفته و کارایی آن به اثبات رسیده است؛ به‌عنوان مثال: جنلتی[1](۲۰۰۷) در خصوص شناسایی پهنه‌های مساعد برای پیست اسکی در کوهستان‌های راکی؛ هانتلی[2](۲۰۱۱) در خصوص شناسایی مسیرهای مناسب دوچرخه‌سواری در کوئیزلند و حسینی، کاشف و سیدعامری در (۱۳۹۲) در زمینهٔ شناسایی مکان‌های مناسب برای استقرار اماکن ورزشی در شهر سقز، کارایی ابزار GIS را برای شناسایی مکان‌های مناسب به اثبات رسانده‌اند. علاوه

1. Jeneiti
2. Hantli

بر آن امروزه ابزارهای قدرتمند تصمیم‌گیری مثل مدل‌های فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP) و فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) برای مکان‌یابی در کنار ساج مورد استفادهٔ محققین و برنامه‌ریزان قرار می‌گیرد و آن‌ها را در گرفتن تصمیمات صحیح‌تر برای شناسایی مکان‌های مناسب جهت فعالیّت‌های مختلف از جمله گردشگری یاری می‌رساند که به مواردی از این مطالعات اشاره می شود.

یانگ[۱] (۲۰۱۲) در پژوهشی شاخص‌های بالقوه در انتخاب محلّ هتل را با استفاده از مدل LOGIT و با ترکیب ویژگی‌های هتل و مکان آن ارزیابی کرد. نتایج نشان داد که تعداد ستارهٔ هتل، تنوّع خدمات، اثر تراکم، زیرساخت‌های خدمات عمومی، دسترسی به جاده، دسترسی به مترو و دسترسی به سایت‌های گردشگری از عوامل مهم در مکان‌یابی هتل‌ها است. آشورت و تنبریگ[۲] در مطالعه‌ای برای ارزیابی بخش تاریخی شهر نیوزلند، الگوی توزیع هتل‌های این شهر را بررسی کرده‌اند. آن‌ها دریافتند که هتل‌های قدیمی، خود قسمتی از جاذبه‌های شهرهای تاریخی هستند که تأثیر زیادی در الگوی رفتاری گردشگران دارند (تیموتی و وال[۳]، ۱۹۹۵، ص. ٦٤). شووال، نوام، مکرچر، آمیت و بارن‌بویم[٤] (۲۰۱۱) در تحقیقی نقش مکان و موقعیّت هتل‌ها در رفتار گردشگران در شهر هنگ‌کنگ را به کمک GPS و GIS بررسی کردند. در این تحقیق رفتار گردشگران مستقر در چهار هتل واقع در چهار منطقهٔ شهری هنگ‌کنگ بررسی شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بیش از ٦۰ درصد گردشگران بیشتر اوقات و هزینه‌های انجام‌شده را در مراکز پیرامون هتل محل استقرار و در شعاع نزدیک هتل صرف می‌کنند و به موازات دورشدن از هتل از میزان حضور گردشگران و هزینه‌های انجام‌شده توسط آن‌ها کاسته می‌شود. اورسکی[٥] (۲۰۱۲) در پژوهشی تحت عنوان برنامه‌ریزی استراتژیک گردشگری در شهرهای میانهٔ اروپا نمونهٔ موردی شهر وارازدین در نزدیکی زاگرب با استفاده از مدل SWOT و AHP ضمن توضیح و تشریح این دو مدل به شناسایی و معرّفی استراتژی های مناسب برای توسعهٔ بازار گردشگری در شهر وارازدین پرداخته است. نتایج دیگر این پژوهش نشان داد که وارازدین ظرفیّت بالایی برای بازار گردشگری دارد.

1. Yang
2. Ashort & Tinberig
3. Timothy & Wall
4. Shoval, Noam, Mckercher, Amit & Barenboim
5. Oreski

سقایی، خواجه شاهکویی و جوانبخت قهفرخی (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان «پهنه‌بندی مناطق مستعد شهر مشهد جهت ایجاد خدمات اقامتی به کمک مدل AHP»، مراکز مستعد ایجاد مراکز اقامتی را شناسایی و معرّفی کرده‌اند. رفیعان و محمودی (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان «ارزیابی الگوی مکان‌گزینی شهرهای جدید منطقهٔ شهری تهران با استفاده از روش ارزیابی چند متغیره» با به‌کارگیری مدل‌های تحلیل کمّی (AHP) و (TOPSIS) به این نتیجه رسیدند که بر اساس ارزیابی معیارهای مناسب مکان‌گزینی شهرهای جدید، شهر پرند با امتیاز ۰/۵۹۷ موفق‌ترین شهر و شهر جدید پردیس با امتیاز ۰/۳۸۰ به‌عنوان ضعیف‌ترین شهر در مجموعهٔ شهری اطراف تهران قرار گرفته‌اند[1]. موحد (۱۳۸۷) در پژوهشی توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی گردشگری را با تأکید بر شهرهای تاریخی براساس مدل آشورت، تنبریگ و گتز[2] بررسی کرده است. در این پژوهش داده‌های جمع‌آوری شده پس از دسته‌بندی در سامانهٔ اطّلاعات جغرافیایی وارد شده و تحلیل شد. نتایج نشان داد که مکان‌یابی هتل‌ها براساس محور خیابان‌های تاریخی (از جمله چهارباغ) شکل گرفته که این وضعیّت برخلاف نظریهٔ وال، دودیکا، هاچینسون، آشورث و تنبرینگ[3] است.

طاهری دمنه (۱۳۹۰) در پژوهشی ابتدا به بررسی تناسب بین گردشگر و تعداد مراکز اقامتی پرداخته و به این نتیجه رسیده که علی‌رغم انبوه مسافر، در بسیاری از ماه‌های سال مراکز اقامتی شهر شیراز زیر ظرفیّت استاندارد فعالیّت می‌کنند. در ادامه با طرح فرضیه‌هایی در زمینهٔ کیفیت مراکز اقامتی و تأثیر آن در جلب گردشگران، به بررسی وضعیّت کیفیت خدمات در مراکز اقامتی پرداخته است. به طوری که نتایج حاکی از وجود شکاف معنادار بین اهمیّت و عملکرد مؤلفه‌های کیفیت در برابر همهٔ ابعاد پرسش‌نامه است. وارثی و رضائی (۱۳۹۰) در پژوهشی بیان می‌کنند از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند موجب جذب گردشگران بین‌المللی و داخلی شود، تأسیسات و تجهیزات مربوط به جریان گردشگری است. پس از پی بردن به توزیع نامناسب و کمبود هتل، به کمک مدل AHP و هم‌پوشانی شاخص‌ها در محیط نرم‌افزار GIS، مکان‌های مناسب برای تأسیس هتل‌های جدید در شهر شیراز را مشخّص کرده و در نهایت پیشنهاد شده جهت ارتقاء عادلانهٔ

1. www. Ensani.ir, a vaylbel in 2015
2. Ashort, Tinberig & Getz
3. Wall, Dodika, Hachinsun, Ashort & Tinberig

سطح دسترسی گردشگران و بهبود الگوی توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی براساس استانداردها و ضوابط، در برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در دستور کار مسؤولان و متولیان قرار گیرند[1].

پیشینه و مبانی نظری این پژوهش نشان می‌دهد که در مکان‌یابی مراکز اقامتی، نیاز به معیار و شاخص است تا مقایسه بین گزینه‌ها (مکان‌ها) راحت‌تر و مکان‌گزینی دقیق‌تر باشد، امّا وقتی تعداد معیارها زیاد باشد، ارزیابی مکان مناسب مشکل‌تر می‌شود و نیاز به ابزار علمی دارد؛ بنابراین با توجّه به قابلیت‌های تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM) می‌توان اذعان داشت که امروزه بهره‌گیری از این روش‌ها به منظور تعیین و سنجش ضرایب اهمیّت معیارها و شاخص‌های تأثیرگذار بر مکان‌یابی فعالیّت‌ها، یکی از مناسب‌ترین روش‌ها به حساب می‌آید. فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP) یکی از جدیدترین روش‌های تصمیم‌گیری در این حوزه به حساب می‌آید که امروزه کاربرد گسترده‌ای در حوزهٔ مدیریت تصمیم‌گیری در عرصهٔ تحقیقات علمی دارد؛ بنابراین تحقیق حاضر با شناسایی معیارها و زیرمعیارهایی که منجر به مکان‌گزینی مناسب مراکز اقامتی خواهد شد، به دنبال جذب و اقامت گردشگران در شهر بجنورد است تا بستری مناسب جهت نشت اقتصادی برای ساکنین این شهر فراهم شود.

۳. روش‌شناسی تحقیق

۳. ۱. روش تحقیق

روش تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و ماهیتاً توصیفی– تحلیلی است. اطّلاعات مورد نیاز از منابع اسنادی و مطالعات میدانی (پرسش‌نامه‌های محقق‌ساخته و مصاحبه با کارشناسان و مسؤولین) استخراج شده است. پس از جمع‌آوری اطّلاعات اسنادی و میدانی، با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و EXCEL به طبقه‌بندی اطّلاعات براساس آمار توصیفی و استنباطی پرداخته شده است. روایی محتوای پرسش‌نامه‌ها توسّط تعدادی از متخصصین مربوطه شامل مدیران بخش گردشگری و اجرایی و همچنین اساتید دانشگاه تأیید شده است. پایایی پرسش‌نامه‌ها نیز از طریق آزمون آلفای

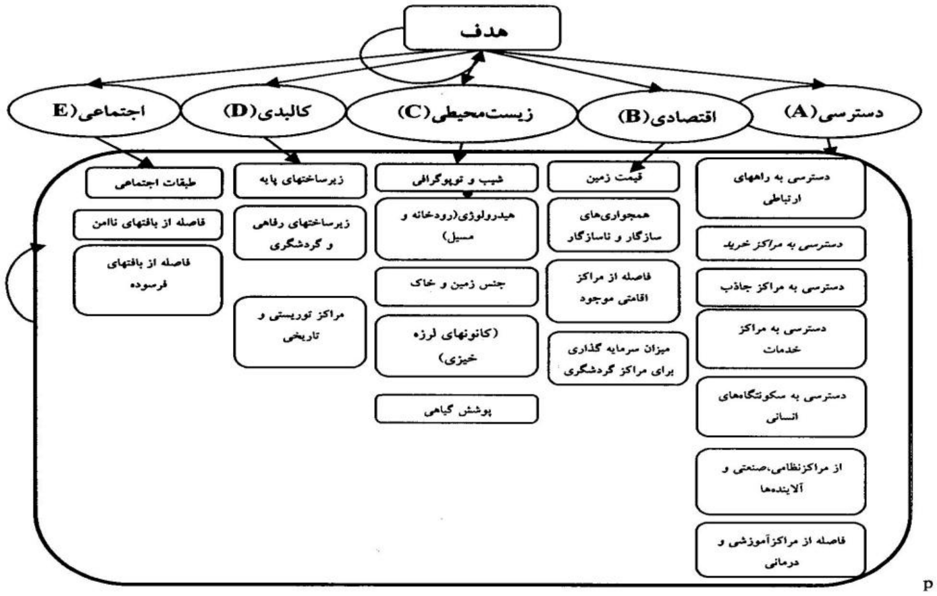
1.www. sid.ir, a vaylbel in 2014

کرونباخ محاسبه شد که آزمون آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه که حاوی گویه‌هایی برای تعیین میزان اهمیّت معیارهای اقتصادی، دسترسی، زیست‌محیطی، اجتماعی و کالبدی برای مکان‌یابی مراکز اقامتی با استفاده از مدل ANP بود، محاسبه شد که میزان آن در مجموع برای تمامی معیارها ۰/۷۸ به دست آمد؛ بنابراین پایایی آن نیز تأیید شد. در این پژوهش از دو نوع پرسش‌نامه شامل پرسش‌نامهٔ گردشگران و پرسش‌نامهٔ مسؤولان و کارشناسان آشنا به مسائل گردشگری بهره گرفته شده است. از آن‌جایی که شناسایی خواسته‌ها و عواملی که انگیزهٔ لازم را برای اقامت گردشگران در شهر بجنورد ایجاد می‌کند، در این تحقیق اهمیّت زیادی دارد، پرسش‌نامه‌ای در همین ارتباط تهیّه و نگرش گردشگران در این خصوص جمع‌آوری شده است. با توجّه به سؤالات طرح شده و مشورت با اساتید آمار، تعداد ۲۵۰ پرسش‌نامه برای پاسخ‌گویی بین گردشگرانی که در بهار و تابستان ۱۳۹۳ در شهر بجنورد و حومه اقامت کوتاه داشته‌اند، توزیع و نظر آن‌ها برای اقامت شبانه در مراکز اقامتی شهر بجنورد و حومه سنجش شده است.

برای تعیین میزان اهمیّت و امتیاز معیارها از ۲۵ پرسش‌نامهٔ متخصصین و کارشناسان آشنا به امورگردشگری استفاده و امتیاز معیارها و زیر معیارها بر اساس نگرش آن‌ها جمع‌آوری شده است. لازم به ذکر است علاوه بر پرسش‌نامه‌ها، نظرات سرمایه‌گذاران بخش خصوصی که خواهان احداث مراکز گردشگری هستند، در تعیین معیارها و زیرمعیارها مورد توجّه قرار گرفته است.

۳. ۲. متغیرها و شاخص‌های تحقیق

برای شناسایی شاخص‌ها و متغیرهای مؤثر در تعیین مکان مناسب برای احداث مراکز اقامتی– سیاحتی از متون نظری، مطالعات میدانی، نظرات کارشناسان و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی استفاده شده و پس از انطباق آن‌ها با شرایط شهر بجنورد در نهایت ۲۳ شاخص تأثیرگذار در قالب ۵ معیار دسترسی (A)، اقتصادی (B)، زیست‌محیطی (C)، کالبدی (D) و اجتماعی (E) انتخاب شد. دسته‌بندی و تحلیل میزان اهمیّت معیارها و زیرمعیارها پس از تعیین امتیاز توسّط ۲۵ کارشناس و مدیر بخش گردشگری در نرم‌افزار Super Decisions صورت گرفته است. (شکل ۱) معیارها و زیرمعیارهای تحقیق و نمودار شبکه‌ای ترسیم‌شده را نشان می‌دهد.



شکل ۱- معیارها و زیرمعیارهای تحقیق و نمودار شبکه‌ای برای تعیین ضریب اهمیّت آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار Super Decisions

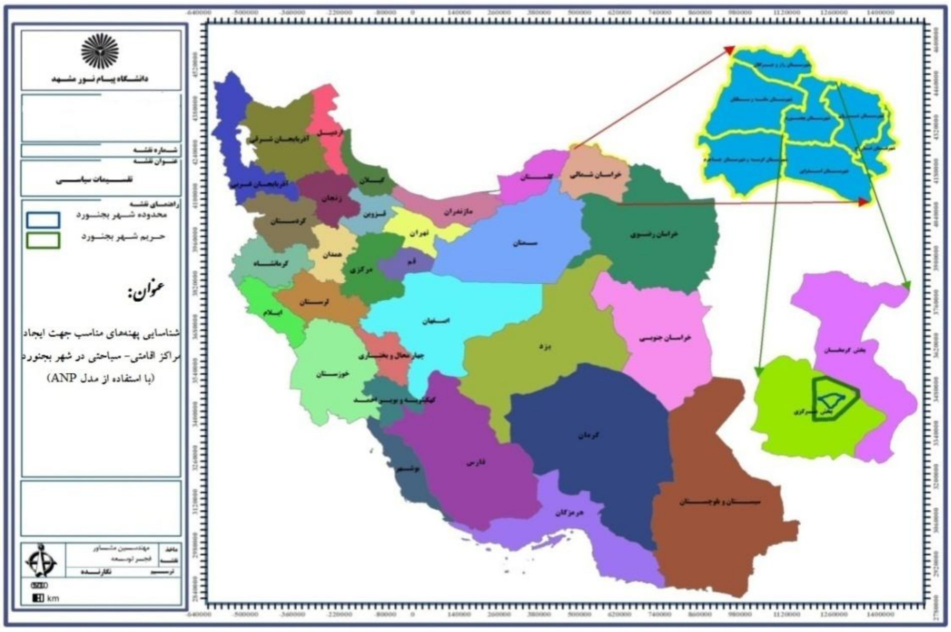
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

۳. ۳. منطقهٔ مورد مطالعه

شهر بجنورد، مرکز استان خراسان شمالی در شمال شرق کشور واقع شده و سرزمین‌های سرسبز شمالی را به نواحی نیمه‌خشک شمال شرق پیوند می‌دهد. ارتفاع این شهر از سطح دریا ۱۰۷۰ متر است و از متوسّط بارندگی ۲۵۱/٦ میلی‌متر در سال برخوردار است. جمعیّت بجنورد براساس آخرین سرشماری (۱۳۹۰)، نزدیک به ۲۰۰ هزار نفر اعلام شده است. فاصلهٔ این شهر تا مشهد مقدس۲۵۰ کیلومتر و تا جنگل گلستان حدود ۱۵۰ کیلومتراست[1]. براساس آخرین آمار سالانه حدود ۱۵ میلیون مسافر از این شهر عبور می‌کند، امّا مراکز اقامتی شهر تنها شامل ٤ هتل، ۳ مسافرخانه و ٦ مهمانپذیر است[2]. (شکل ۲) موقعیّت شهر و شهرستان بجنورد را در استان خراسان شمالی و کشور نشان می‌دهد.

---

1. www. nKhorasan.blogfa.com, a vaylbel in 2015
2. www. mapsgoogle.com, a vaylbel in 2015



شکل ۲- موقعیّت جغرافیایی محدودهٔ مورد مطالعه

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۳

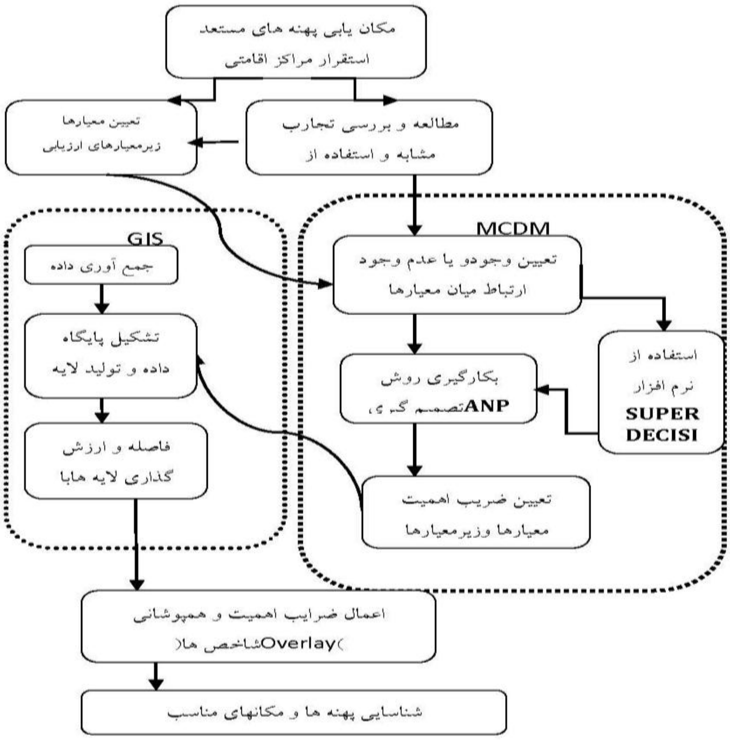
٤. یافته‌های تحقیق

فرآیند تحلیل شبکه‌ای روشی جامع و قدرتمند برای تصمیم‌گیری‌های دقیق است که توسّط توماس ال‌ساتی[1] در سال ۱۹۹٦ میلادی مطرح شده است. فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP) چون حالت عمومی فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) و شکل گستردهٔ آن است، بنابراین تمامی ویژگی‌های مثبت آن از جمله سادگی، انعطاف‌پذیری، به‌کارگیری معیارهای کمّی و کیفی به طور همزمان و قابلیت بررسی سازگاری در قضاوت‌ها را دارا بوده و مضافاً می‌تواند ارتباط‌های پیچیده (وابستگی متقابل و بازخورد) بین عناصر تصمیم‌گیری را با به‌کارگیری ساختار شبکه‌ای به جای ساختار سلسله‌مراتب در نظر بگیرد (گارسیا ملون[2]، ۲۰۰۸، ص. ۱۳۵). به طور کلّی فرآیند تحلیل شبکه‌ای ANP در ترکیب با GIS، فرآیند مکان‌یابی را در پنج گام اساسی به شرح زیر محقق می‌سازد.

1. Thomas L. Saaty
2. Garcia Melon

٤. ۱. ساخت مدل و تبدیل مسأله/ موضوع به یک ساختار شبکه‌ای

مسأله/ موضوع باید به طور آشکار و روشن به یک سیستم منطقی مثل یک شبکه تبدیل شود. این ساختار شبکه‌ای را می‌توان از طریق طوفان مغزها و یا هر روش مناسب دیگری چون روش دلفی یا روش گروه اسمی[1] به دست آورد. در این مرحله مسأله به یک ساختار شبکه‌ای که در آن گره‌ها به‌عنوان خوشه‌ها مطرح هستند تبدیل می‌شود. (شکل ۳) فرآیند مکان‌یابی شناسایی پهنه‌های مناسب جهت ایجاد مراکز اقامتی- سیاحتی با استفاده از روش تحلیل شبکه‌ای (ANP) را در ترکیب با GIS و در نهایت هم‌پوشانی شاخص‌ها را نشان می‌دهد.



شکل ۳- مدل مکان‌یابی شناسایی پهنه‌های مناسب جهت ایجاد مراکز اقامتی- سیاحتی با استفاده از روش تحلیل شبکه‌ای(ANP)

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

1. Norminal Group Technique

٤. ۲. تشکیل ماتریس مقایسهٔ دودویی و تعیین بردارهای اولویّت

مشابه مقایسه‌های دودویی که درAHP انجام می‌شود، عناصر تصمیم در هریک از خوشه‌ها براساس میزان اهمیّت آن‌ها در ارتباط با معیارهای کنترلی دوبه‌دو مقایسهٔ می‌شوند. خود خوشه‌ها نیز براساس نقش و تأثیر آن‌ها در دست‌یابی به هدف، دوبه‌دو مقایسه می‌شوند. این مراحل در نرم‌افزارSuper Decisions انجام گرفته که با توجّه به شمار زیاد مقایسه‌های زوجی در زیر فقط به ارائهٔ مقایسهٔ دودویی معیارهای اصلی و بردار حاصل از آن اکتفا شده است.

جدول ۱- مقایسهٔ دودویی معیارهای اصلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

معیارها	A	B	C	D	E	W_{21}
دسترسی (A)	۱	۱/۰	۱/٦۳	۳/۰۳	٦/٦۲	**۰/۳۲۵**
اقتصادی (B)		۱	۱/۳۹	۲/٦٥	٦/٦۲	**۰/۳۰٦**
زیست‌محیطی (C)			۱	۱/٦٤	٤/٥٥	**۰/۲۰٥**
کالبدی (D)				۱	۲/٤۷	**۰/۱۱٥**
اجتماعی (E)					۱	**۰/۰٤٦**
CRضریب ناسازگاری = ۰/۰۰۱						

٤. ۳. تشکیل سوپرماتریس و تبدیل آن به سوپرماتریس حد

در این مرحله با جایگزینی بردار اولویّت‌های ماتریس مقایسهٔ دودویی، معیارها در کنار یکدیگر و به صورت عمودی قرار گرفته و ماتریس خوشه‌ای تشکیل می‌شود. از گردهم‌آوری بردار اولویّت‌های زیرمعیارها در کنار هم و به صورت عمودی، ابرماتریس وزن‌دهی‌نشده تشکیل می‌شود. (جدول ۲ و ۳) به ترتیب ماتریس خوشه‌ای و ماتریس وزن‌دهی نشده را نشان می‌دهد.

جدول ۲- ماتریس خوشه‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

ماتریس خوشه‌ای	A	B	C	D	E
A	۰	۰/۳۶۸	۰/۴۰۱	۰/۳۴۳	۰/۵۰۷
B	۰/۳۶۸	۰	۰/۲۲۳	۰/۳۲۱	۰/۲۴۷
C	۰/۳۵۰	۰/۳۵۰	۰	۰/۲۵۷	۰/۱۸۲
D	۰/۲۰۶	۰/۲۰۶	۰/۲۰۲	۰	۰/۰۶۱
E	۰/۰۴۷	۰/۰۷۴	۰/۰۷۲	۰/۰۷۷	۰

جدول ۳- ابرماتریس وزن‌دهی‌نشده(Unweighted)

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

Super Decisions Main Window: anp.mod: Unweighted Super Matrix

Cluster Node Labels		1 Goal	2 Criteria					3 sub criteria	
		makanyabi marakez eghamati va siahati bojnourd	A darstresi	B eghtesadi	C zist mohiti	D kalbadi	E ejtemaie	A1 dastresi be rahe ertebati	A2 dasresi be marakz kharid
1 Goal	makanyabi marakez eghamati va siahati bojnourd	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2 Criteria	A darstresi	0.325704	0.000000	0.368375	0.401506	0.343181	0.507392	0.000000	0.000000
	B eghtesadi	0.304870	0.368375	0.000000	0.323855	0.321685	0.248544	0.000000	0.000000
	C zist mohiti	0.205739	0.350289	0.350289	0.000000	0.257263	0.182506	0.000000	0.000000
	D kalbadi	0.116806	0.206351	0.206351	0.202450	0.000000	0.061558	0.000000	0.000000
	E ejtemaie	0.046880	0.074985	0.074985	0.072189	0.077870	0.000000	0.000000	0.000000
3 sub criteria	A1 dastresi be rahe ertebati	0.000000	0.259771	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.210209
	A2 dasresi be marakz kharid	0.000000	0.139825	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000

Done

ابرماتریس فوق، وزن‌دهی‌نشده است؛ بنابراین پیش از محاسبهٔ بردار اولویّت‌های نهایی WANP که در غالب ابرماتریس حد محاسبه می‌شود، لازم است تا ابرماتریس وزن‌دهی‌شده محاسبه شود برای این منظور باید ماتریس خوشه‌ای را در ماتریس وزن‌دهی‌نشده ضرب کرد که نتایج آن با استفاده از نرم‌افزار Super Decisions محاسبه و در (جدول ٤) ارائه شده است.

جدول ٤- ابرماتریس وزن‌دهی‌شده(Weighted Super Matrix)

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ١٣٩٣

Super Decisions Main Window: anp.mod: Weighted Super Matrix

Cluster	Node Labels	1 Goal: makanyabi marakez eghamati va siahati bojnourd	2 Criteria: A darstresi	2 Criteria: B eghtesadi	2 Criteria: C zist mohiti	2 Criteria: D kalbadi	2 Criteria: E ejtemaie	3 sub criteria: A1 dastresi be rahe ertebati	3 sub criteria: A2 dasresi be marakz kharid
1 Goal	makanyabi marakez eghamati va siahati bojnourd	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2 Criteria	A darstresi	0.325704	0.000000	0.245706	0.267805	0.228902	0.338430	0.000000	0.000000
	B eghtesadi	0.304870	0.245706	0.000000	0.216011	0.214564	0.165779	0.000000	0.000000
	C zist mohiti	0.205739	0.233642	0.233642	0.000000	0.171594	0.121732	0.000000	0.000000
	D kalbadi	0.116806	0.137636	0.137636	0.135034	0.000000	0.041059	0.000000	0.000000
	E ejtemaie	0.046880	0.050015	0.050015	0.048150	0.051939	0.000000	0.000000	0.000000
3 sub criteria	A1 dastresi be rahe ertebati	0.000000	0.086504	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.210209
	A2 dasresi be marakz kharid	0.000000	0.046562	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000

Done

در مرحلهٔ نهایی سوپرماتریس حد[1] با به توان رساندن تمامی عناصر سوپرماتریس موزون تا زمانی که واگرایی[2] حاصل شود محاسبهٔ می‌شود. محاسبهٔ این روابط از آن جهت حائز اهمیّت است که بتوان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم معیارها را بر روی یکدیگر محاسبه کرد. از نتایج مندرج در (جدول ٥) که در زیر مشاهده می‌شود می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه معیار اقتصادی از سایر معیارها در مکان‌یابی مراکز اقامتی شهر بجنورد تأثیر بیشتری داشته ولی پنج شاخص زیرساخت‌های رفاهی و گردشگری، دسترسی به راه‌های ارتباطی، قیمت زمین، شیب و توپوگرافی و میزان سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی به ترتیب با میزان ضریب اهمیّت ٠/١٣١، ٠/١١٠، ٠/٠٨٩، ٠/٠٨٥، ٠/٠٧٢ بیشترین میزان اهمیّت و در نتیجه بیشترین تأثیر را در مکان‌یابی مراکز اقامتی به خود اختصاص می‌دهند.

1. Limit super matrix
2. Convergence

جدول ۵- ابرماتریس حد (Limit Matrix)

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

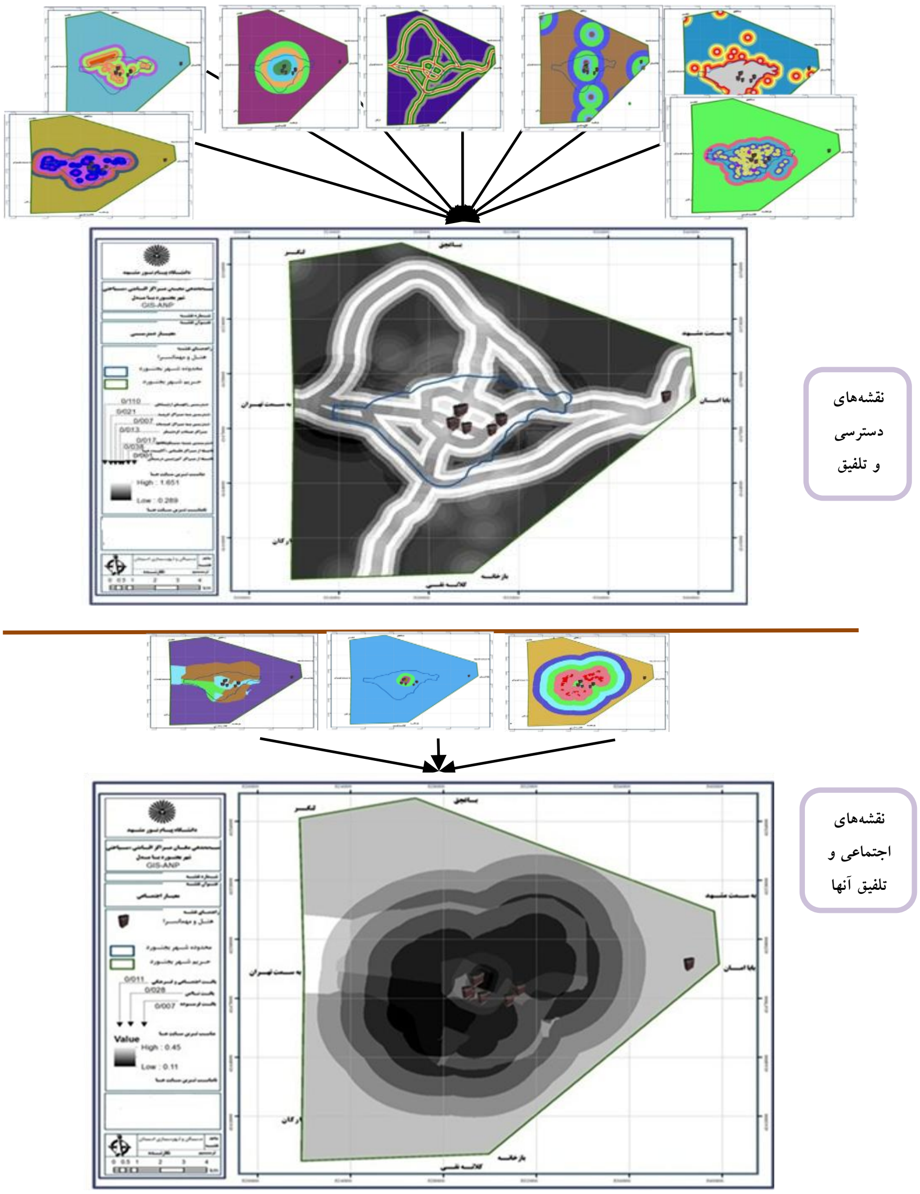
Super Decisions Main Window: anp.mod: Limit Matrix

Cluster Node Labels		1 Goal	2 Criteria					3 sub criteria	
		makanyabi marakez eghamati va siahati bojnourd	A darstresi	B eghtesadi	C zist mohiti	D kalbadi	E ejtemaie	A1 dastresi be rahe ertebati	A2 dasresi be marakz kharid
1 Goal	makanyabi marakez eghamati va siahati bojnourd	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2 Criteria	A darstresi	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
	B eghtesadi	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
	C zist mohiti	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
	D kalbadi	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
	E ejtemaie	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
3 sub criteria	A1 dastresi be rahe ertebati	0.104860	0.104860	0.104860	0.104860	0.104860	0.104860	0.104860	0.104860
	A2 dasresi be marakz kharid	0.021153	0.021153	0.021153	0.021153	0.021153	0.021153	0.021153	0.021153

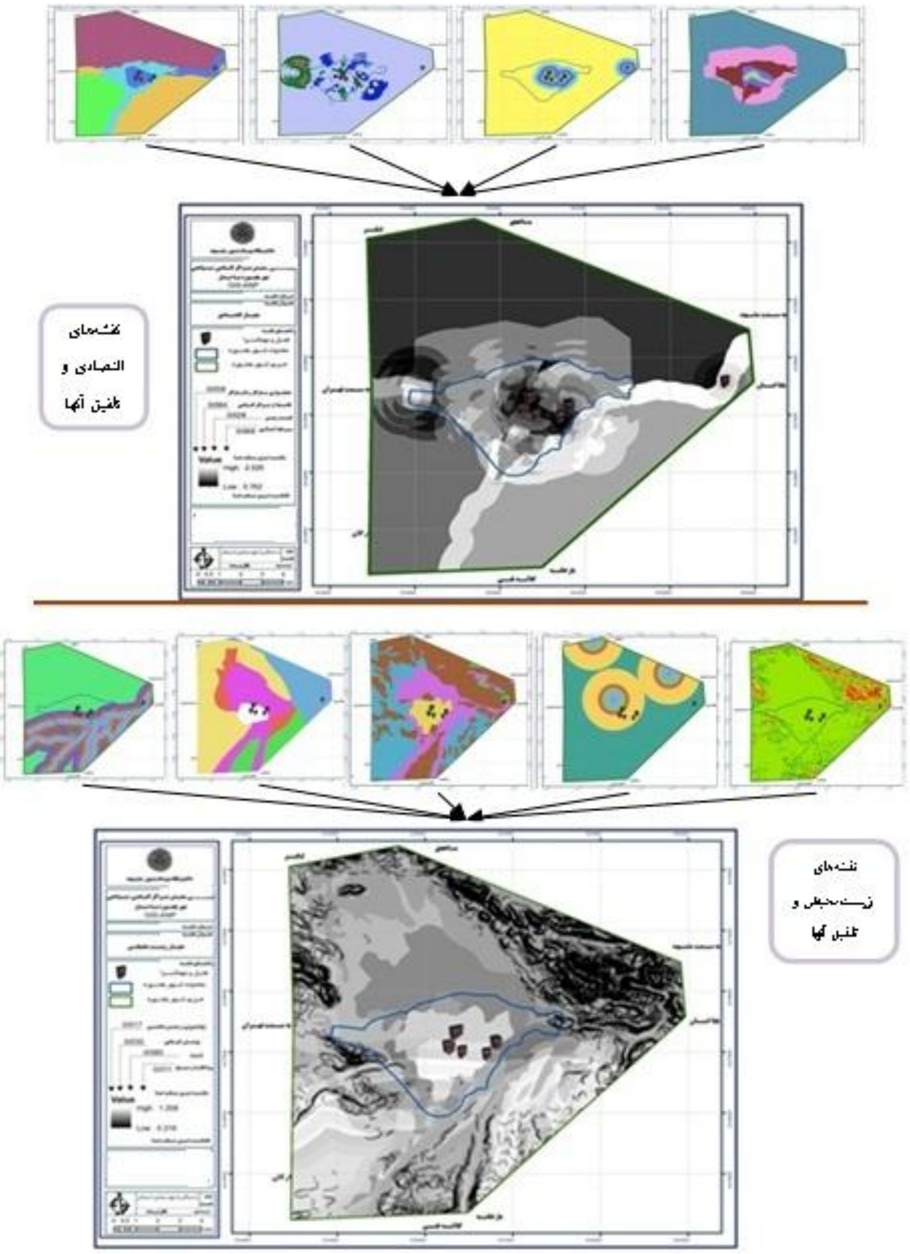
Done

٤. هم‌پوشانی لایه‌ها و گزینش پهنه‌های مناسب

پس از مشخّص‌شدن ضریب اهمیّت معیارها و زیرمعیارها، به گردآوری داده‌ها، رقومی کردن و تشکیل پایگاه داده و در نهایت تولید لایه‌ها در تناسب با شاخص‌ها پرداخته می‌شود. این مراحل در نرم‌افزار GIS صورت گرفته و نقشه‌ها متناسب با ضرایب به دست آمده و در نهایت با هم‌پوشانی نقشه‌ها و لایه‌ها، پهنه‌های مناسب برای استقرار مراکز اقامتی-سیاحتی شناسایی شد که نتایج خروجی گرفته شده به طور کامل در (شکل ٤) نشان داده شده است. در این تحقیق جهت ترکیب لایه‌ها با یکدیگر از مدل هم‌پوشانی شاخص‌ها (Overlay) استفاده شده که در این مرحله متناسب با رتبهٔ کسب‌شده (بردار اولویّت WANP) وزن‌دهی به لایه‌ها صورت گرفته است.

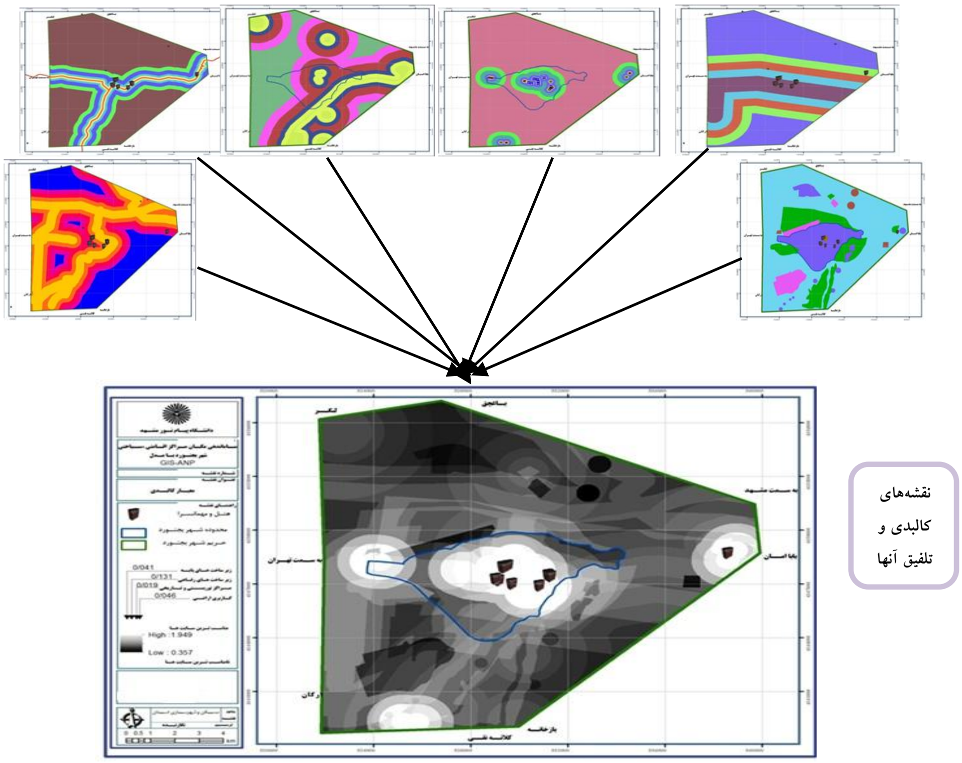


شکل ٤- وزندهی و ارزش‌گذاری لایه‌ها براساس وزن به دست آمده از مدل Anp
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳



ادامۀ شکل٤- وزندهی و ارزش‌گذاری لایه‌ها براساس وزن به دست آمده از مدل Anp

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

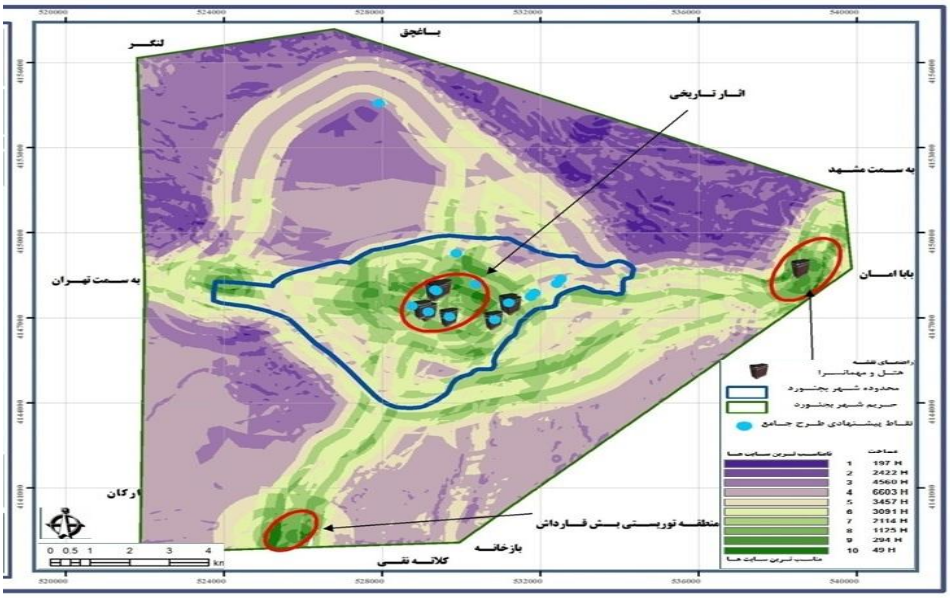


ادامهٔ شکل٤- وزندهی و ارزش‌گذاری لایه‌ها براساس وزن به دست آمده از مدل Anp

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

٤. ٥. تطابق نتایج الگوی مکان‌یابی با واقعیّت زمینی

از مهم‌ترین مسائلی که پس از انتخاب و مکان‌یابی به وسیلهٔ سیستم اطّلاعات جغرافیایی باید مورد توجّه قرارگیرد، بررسی این موضوع است که مناطق تعیین‌شده تا چه حد با واقعیّت و شرایط منطقه تطابق دارد (وارثی، محمّدی و شاهیوندی، ۱۳۸۷، ص. ۱۹). هرچقدر عوامل شناسایی‌شده برای مکان‌یابی تطابق بیشتری با واقعیّت زمینی داشته باشد، نتایج مکان‌یابی رضایتمندتر خواهد بود (فرجزاده اصل، ۱۳۸۹، ص. ۹۱). پس از تطبیق نتایج با واقعیّت زمینی و با در نظر گرفتن کلیهٔ پارامترهای مؤثر و همچنین از هم‌پوشانی نقشهٔ نهایی با نقشهٔ پیشنهادی طرح جامع در نهایت٤ پهنه (مکان) به عنوان بهترین پهنه‌ها برای احداث مراکز اقامتی مشخّص شد که نتایج آن در (شکل ٥) نشان داده شده است.



شکل ۵- تلفیق نقشهٔ نهایی با نقشهٔ پیشنهادی طرح جامع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

همانطور که در شکل بالا مشاهده می‌شود، بخشی از پهنه‌های شناسایی‌شده با نقاط پیشنهادی طرح جامع یعنی مرکز شهر و در مسیر خیابان‌های منتهی به جادهٔ مشهد و جنگل گلستان هم-پوشی بسیاری دارند. از نقاط مستعد دیگر برای احداث مراکز اقامتی می‌توان به پهنه‌های مناسب در منطقهٔ توریستی باباامان و منطقهٔ توریستی بش‌قارداش اشاره کرد، البتّه لازم به ذکر است که باید احداث مراکز اقامتی با قدرت درآمدی گردشگران منطبق باشد و مراکز اقامتی از قیمت‌های متنوّعی برخوردار باشد تا تمامی گردشگران ورودی با هر درآمدی بتوانند از آن‌ها استفاده کنند.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف اصلی این مقاله ارائه و تدوین چهارچوبی علمی و دقیق در نظام برنامه‌ریزی و مکان‌یابی مراکز اقامتی به منظور جذب گردشگران و افزایش زمان اقامت آن‌ها در شهر بجنورد است. نتایج پژوهش مشخّص کرد که تحقّق این مهم از طریق مکان‌گزینی بهینهٔ مراکز اقامتی به‌ویژه دسترسی آسان مسافران، نزدیکی به مراکز خرید، نزدیکی به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی

و فراهم کردن خدمات و تسهیلات لازم و مناسب برای گردشگران حاصل خواهد شد. نتیجهٔ این پژوهش و مقایسهٔ آن با سایر تحقیقات انجام‌یافته از جمله آشورت و تنبرگ در نیوزلند، شوال و همکاران در هنگ‌کنگ، اورسکی در شهر زاگرب و یانگ در چند شهر اروپایی نشان از هم‌پوشانی قابل توجّه نتایج دارد، به طوری که در بررسی تجربیات اشاره‌شده در خارج از کشور عواملی چون دسترسی به جاده‌ها و خطوط مترو، نزدیکی به آثار تاریخی و سایر جاذبه‌های گردشگری و همچنین فراهم کردن تسهیلات و خدمات در نزدیکی مراکز اقامتی گردشگران در ایجاد انگیزه و جذب گردشگران برای اقامت در هتل‌ها بسیار مؤثر بوده است. نتایج مطالعات داخلی از جمله مطالعات سقایی و علیزاده در خصوص مکان‌یابی مراکز اقامتی در شهر مشهد، رفیعان و محمودی در خصوص شهرک‌های اطراف تهران، موحد پیرامون مکان‌گزینی مراکز اقامتی در شهر اصفهان و طاهری‌دمنه در خصوص مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر شیراز نشان می‌دهد متغیر دسترسی، امکانات و خدمات، بافت تاریخی و آثار باستانی و کیفیت خدمات ارائه‌شده در تصمیم‌گیری و جذب گردشگران برای اقامت در هتل‌ها و سایر مراکز اقامتی دارای اهمیّت فراوانی است. با توجّه به نتایج پژوهش و تجربه‌های سایر مطالعات در این خصوص پیشنهادهایی به شرح زیر قابل طرح است.

– از آن‌جایی که طیف متنوّعی از گردشگران در طول سال از شهر بجنورد عبور و بازدید می‌کنند و نتایج پژوهش نشان داد که عوامل اقتصادی در ماندگاری آن‌ها نقش مهمّی دارد، پیشنهاد می‌شود ساخت اقامتگاه‌های متنوّع و متناسب با طبقات مختلف اجتماعی صورت گیرد تا امکان جذب گروه‌های مختلف با سطح درآمدهای متفاوت برای استفاده از هتل‌ها و مهمان پذیرها فراهم شود.

– امتیاز معیارها و زیرمعیارها و همچنین نگرش گردشگران این واقعیّت را روشن کرد که دسترسی نقش مهمّی در گرایش گردشگران به استفاده از مراکز اقامتی شهر بجنورد دارد به همین خاطر همانطور که تحلیل داده‌ها در نرم‌افزار GIS نشان داد، هتل‌ها و مهمان‌پذیرها باید در مسیر عبور گردشگران مکان‌یابی شود.

- با توجّه به اینکه بخش مهمّی از گردشگران اعلام کرده‌اند که در صورت فراهم‌بودن امکانات، یک شب در بجنورد اقامت خواهند داشت و اکثر آن‌ها تمایل به استفاده از مراکز خرید و رستوران‌ها پیرامون مراکز اقامتی دارند، پیشنهاد می‌شود برای رونق فضای کسب‌وکار و همچنین نشت اقتصادی بیشتر در شهر، رستوران‌ها و مراکز خرید در اطراف مراکز اقامتی ایجاد شود تا گردشگران فرصت استفاده از این مراکز را پیدا کنند.

- امروزه اطّلاع‌رسانی و تبلیغات نقش اساسی در رونق فعالّیت‌های اجتماعی، اقتصادی و حتّی زیست‌محیطی دارد؛ بنابراین با توجّه به نگرش گردشگران که نبود تبلیغات را یکی از موانع توسعهٔ گردشگری در شهر بجنورد و حومه اعلام کردند، پیشنهاد می‌شود اطّلاع‌رسانی و معرّفی جاذبه‌های گردشگری به اشکال مختلف به‌ویژه توسّط رسانه‌های عمومی سرلوحهٔ متولیان مربوطه به‌ویژه سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و همچنین سازمان‌های مردم‌نهاد قرار گیرد.

کتاب‌نامه

۱. ارمغان، س. (۱۳۸٦). *توریسم و نقش آن در جغرافیا*. اسلامشهر: انتشارات دانشگاه آزد اسلامی.

۲. پاپلی‌یزدی، م. ح.، سقایی، م. (۱۳۸۵). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. تهران: انتشارات سمت.

۳. تقوایی، م.، اکبری، م. (۱۳۸۸). *مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری*. اصفهان: انتشارات پیام علوی.

٤. حسینی، س.، کاشف، س.، سید عامری، م. (۱۳۹۲). مکان‌یابی اماکن ورزشی با استفاده از سیستم اطّلاعات جغرافیایی(GIS)، مطالعهٔ موردی شهر سقز. *مجلهٔ پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزش* ۲ (۱)، ۷۳-۵۵.

۵. دیاری، ا. (۱۳۸۹). *گردشگری شهری در ایران و جهان*. تهران: انتشارات واژگان خرید.

٦. رفیعیان، م.، محمودی، م. (۱۳۹۳). ارزیابی الگوی مکان‌گزینی شهرهای جدید منطقهٔ شهری تهران با استفاده از روش ارزیابی چند متغیره. *فصل‌نامهٔ جغرافیا و توسعه*، ۳٦، ۵۰-۲۵.

۷. سلیمی، م.، سلطان حسینی، م. (۱۳۹۱). مکان‌گزینی اماکن ورزشی با استفاده از مدل‌های پیوسته و گسستهٔ فضایی مبتنی بر ترکیب دو مدل TOPSIS و AHP. *نشریهٔ مطالعات مدیریت ورزشی*، *۱۳*، ۲۰-۱۲.

۸. سقائی، م.، علیزاده، س. (۱۳۸۳). مناطق عشایری و قابلیت‌های گردشگر (دورنمای پساگردشگری انبوه). *فصل‌نامهٔ ذخایر انقلاب تهران*، ٤ (۲۵)، ۷۸–۵۵.

۹. سقایی، م.،خواجه شکوهی، ع.، جوانبخت، ز. (۱۳۹۱). پهنه‌بندی مناطق مستعد ایجاد خدمات اقامتی در کلان شهر مشهد. *مجلهٔ پژوهش‌ها و برنامه‌ریزی شهری*، *۱۱*، ۹٦–۷۳.

۱۰. طاهری دمنه، س. (۱۳۹۰). بررسی چالش‌های موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی. *مجلهٔ علمی پژوهشی مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای دانشگاه اصفهان*، ۲ (۸)، ۷۰ –٥٦.

۱۱. فرج‌زاده اصل، م. (۱۳۸۷). *سیستم اطّلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی توریسم*. تهران: انتشارات سمت.

۱۲. موحد، ع. (۱۳۸۲). *بررسی و تحلیل فضای الگوی توریسم شهری (مطالعهٔ موردی: شهر اصفهان)*. (رسالهٔ دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری)، دانشگاه تربیت مدرس، ایران.

۱۳. موحد، ع. (۱۳۸۷). توزیع فضایی مراکز اقامتی در شهرهای تاریخی (مطالعهٔ موردی: شهر اصفهان). *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ٦٥، ٦۰–٤۲.

۱٤. وارثی، س،. رضائی، م. (۱۳۹۰). تحلیل فضایی و مکان‌یابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی (مطالعهٔ موردی: هتل‌های شهر شیراز)، *مجلهٔ مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه‌ای*، *۱*، ۸۰–٦۳.

۱۵. وارثی، ح.، محمّدی، ج.، شاهیوندی، ا. (۱۳۸۷). مکان‌یابی فضای سبز شهری با استفاده از سیستم اطّلاعات جغرافیایی (نمونهٔ موردی: شهر خرم‌آباد). *مجلهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای*، *۱۰*، ۱۰۳–۸۳.

16. Barrett, J. A. (1958). *The seaside resort towns of England and Wales* (Unpublished doctoral dissertation). University of London, London, England

17. Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, *24*(4), 850-867.

18. Hunter, C., & Green, H. (1995). *Tourism and the environment: A sustainable relationship?* Abingdon, England: Routledge.

19. Huntle, M. (2010). *Mapping cycling pathways and route selection using GIS and GPS* (Unpublished doctoral dissertation). University of Southern Queensland, Australia.

20. García-Melón, M., Ferrís-Oñate, J., Aznar-Bellver, J., Aragonés-Beltrán, P., & Poveda-Bautista, R. (2008). Farmland appraisal based on the analytic network process. *Journal of Global Optimization*, *42*(2), 143-155.
21. Geneletti, D. (2008). Impact assessment of proposed ski area: GIS approach integrating biological physical and landscape indicators department of civil and environment engineering. *Environmental Impact Assessment Review*, *28*(2), 116-130.
22. Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
23. Khurana, J. S. (1968). Hotel and city. *Canadian Architect*, *13*(5), 34-48.
24. Law, C, M. (1996). *Urban tourism: Attracting visitors to large cities*. London, England: Mansell.
25. Shoval, N., McKercher, B., Ng, E., & Birenboim, A. (2011). Hotel location and tourist activity in cities. *Annals of Tourism Research*, *38*(4), 1594-1612.
26. Oreski, D. (2012). Strategy development by using SWOT-AHP. *TEM Journal-Technology, Education, Management, Informatics, 1*(4), 283-291.
27. Saaty, T. L. (1999). Fundamentals of the analytic network process. In G. F. Cooper & S. Moral (eds.), *Proceedings of the 5th International Symposium on the Analytic Hierarchy Process* (pp. 12-14). Kobe International Conference Center, Kobe, Japan: Organizing Committee for the Symposium.
28. Timothy, D. J., & Wall, G. (1995). Tourist accommodation in an Asian historic city. *Journal of Tourism Studies*, *6*(2), 63-73.